

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

1. Agung Suaryana dan Febriana (2012)

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah pengungkapan sosial dan lingkungan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Tingkat *leverage* tidak berpengaruh secara signifikan pada kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan artinya semakin tinggi tingkat *leverage* maka tidak mempengaruhi kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Tingkat profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh secara signifikan pada pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh secara signifikan pada pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Persamaan :

Metode yang digunakan dalam pengumpulan sampel adalah *purposive sampling* dan sampel yang digunakan adalah Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI

Perbedaan :

- a. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *leverage*, tingkat profitabilitas, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, umur perusahaan, kepemilikan manajerial dan profil perusahaan. Variabel yang digunakan dalam penelitian Agung dan Febriana adalah tingkat profitabilitas, *leverage*, ukuran dewan komisaris
- b. Periode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah 2009-2011, sedangkan pada penelitian Suryana 2007-2009.

2. Madan Lal Bhasin, Rashid R. Makarov & Nurlan S. Orazalin (2012)

Studi ini mengkaji tingkat dan faktor-faktor penentu pengungkapan sukarela dan pengungkapan dalam laporan keuangan kategori dan non-keuangan perbankan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Kazakhstan. Secara khusus, mengkaji hubungan antara pengungkapan sukarela dan faktor pemerintahan, seperti ukuran dan komposisi dewan komisaris. Hasil empiris menunjukkan bahwa jumlah direksi memiliki dampak yang paling signifikan positif terhadap pengungkapan skor. Peningkatan ukuran bank juga menyebabkan tingkat pelaporan sukarela lebih tinggi. Namun, temuan memberikan bukti bahwa pelaporan sukarela tidak membaik dari waktu ke waktu. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan komposisi dewan komisaris. Populasi dalam penelitian ini adalah 39 bank yang beroperasi di Kazakhstan. Sample yang digunakan adalah 23 bank yang terdaftar di KASE yang

menyediakan *annual report* di *website*, media cetak dan sebagainya. Sampel penelitian juga termasuk bank sektor publik dan bank sektor privat.

Persamaan :

Metode yang digunakan dalam pengumpulan sampel adalah *purposive sampling*.

Perbedaan :

- a. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *leverage*, tingkat profitabilitas, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, umur perusahaan, kepemilikan manajerial dan profil perusahaan. Variabel yang digunakan dalam penelitian Bhasin, *et al* adalah ukuran perusahaan, umur perusahaan, dan komposisi dewan komisaris. Perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI , sedangkan dalam penelitian Bhasin adalah perusahaan perbankan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Kazakhstan
- b. Periode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah 2009-2011, sedangkan pada penelitian Bhasin, *et al* adalah tahun 2010

3. Bambang Sudaryono dan Muhammad Bani Rahmad (2007)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara size perusahaan, return on asset, tipe industry, basis perusahaan, umur perusahaan dan financial leverage dengan pengungkapan tanggung jawab social perusahaan pada perusahaan public yang mengungkapkan tanggung jawab sosialnya di Bursa Efek Jakarta. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda. Hasil dari

penelitian ini adalah *size* perusahaan dan tipe industry mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan profitabilitas, basis perusahaan, umur perusahaan dan *financial leverage* tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Persamaan :

Metode yang digunakan dalam pengumpulan sampel adalah *purposive sampling*.

Perbedaan :

- a. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *leverage*, tingkat profitabilitas, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, umur perusahaan, kepemilikan manajerial dan profil perusahaan. Variabel yang digunakan dalam penelitian Bambang dan Muhammad adalah *size* perusahaan, *return on asset*, tipe industry, basis perusahaan, umur perusahaan dan *financial leverage*.
- b. Periode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah 2009-2011, sedangkan pada penelitian Suryana 2004-2005

4. Reni Retno Anggraini (2006)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana perusahaan menunjukkan tanggung jawabnya terhadap kepentingan sosial dengan memberikan informasi sosial serta faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan untuk mengungkapkan informasi sosial di dalam laporan keuangan tahunan pada perusahaan-perusahaan di Indonesia. Hasil dari penelitian ini adalah

kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh signifikan terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial dengan arah sesuai dengan yang diprediksi.

Persamaan :

Metode yang digunakan dalam pengumpulan sampel adalah *purposive sampling*.

Perbedaan :

- a. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *leverage*, tingkat profitabilitas, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, umur perusahaan, kepemilikan manajerial dan profil perusahaan. Variabel yang digunakan dalam penelitian Reni adalah kepemilikan manajemen dan tipe industri.
- b. Periode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah 2009-2011, sedangkan pada penelitian Reni 2000-2004

5. Eddy Rismanda Sembiring (2005)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Perusahaan yang tercatat di BEJ adalah 323 perusahaan sesuai dengan yang tercantum dalam *Indonesian Capital Market Directory 2002*, sebanyak 78 perusahaan dipilih menjadi sampel. *Size* perusahaan, *profile* perusahaan, dan ukuran dewan komisaris berpengaruh signifikan terhadap

pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Sedangkan *leverage* dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Persamaan :

Metode yang digunakan dalam pengumpulan sampel adalah *purposive sampling*.

Perbedaan :

- a. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *leverage*, tingkat profitabilitas, ukuran dewan komisaris, ukuran perusahaan, umur perusahaan, kepemilikan manajerial dan profil perusahaan. Variabel yang digunakan dalam penelitian Eddy adalah *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris dan *leverage*
- b. Periode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah 2009-2011, sedangkan pada penelitian Eddy 2002.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori agensi

Scott (2006 : 266) menyatakan bahwa “*agency theory is a branch of game theory that studies the design of contracts to motivate a rational agent to act on behalf of a principal when the agent’s interest would otherwise conflict with those of principal*”. Teori agensi merupakan cabang dari teori *game* yang mempelajari tentang model kontrak untuk memotivasi agen untuk bertindak sesuai dengan

principal ketika kepentingan agen berkonflik dengan kepentingan prinsipal. Kepentingan agen dalam suatu waktu akan berbeda dengan kepentingan prinsipal, hal ini terjadi karena asimetri informasi yang terjadi antara agen dan prinsipal. Teori agensi menyatakan bahwa kepentingan prinsipal harus diutamakan ketika terjadi konflik kepentingan seperti itu. Untuk menjamin kepatuhan agar para manajer melakukan yang hal terbaik bagi pemegang saham secara maksimal, maka perusahaan harus menanggung biaya agensi, yang bisa berupa :

- a. Pengeluaran untuk memantau tindakan manajemen
- b. Pengeluaran untuk menata struktur organisasi sehingga kemungkinan timbulnya perilaku manajer yang tidak dikehendaki *moral hazard* semakin kecil
- c. Biaya kesempatan karena hilangnya kesempatan memperoleh laba sebagai akibat dibatasinya kewenangan manajemen, sehingga tidak bisa mengambil keputusan secara tepat waktu, padahal seharusnya hal itu bisa dilakukan jika manajer tersebut juga menjadi pemilik perusahaan (Scott, 2006 : 271).

“Agency relationship is defined as a contract under which one more persons (principals) engage another person (the agent) to perform some service on their behalf which involves delegating some decision making authority to the agent” (Bloom, Elgers, 1987 : 194) . Pernyataan di atas merupakan definisi teori agensi menurut Bloom dan Elgers. Mereka mengatakan bahwa hubungan keagenan merupakan suatu kontrak antara satu atau lebih orang (prinsipal) yang menghendaki orang lain (manajer) untuk melaksanakan jasa dengan cara

mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen. Scott (2006 : 284) menyatakan principal yang dimaksud dalam teori agensi adalah pemegang saham, sedangkan yang dimaksud agen dalam teori ini adalah manajer yang ada di perusahaan.

Teori keagenan menurut Agung dan Febriana (2012) menyatakan bahwa perusahaan yang menghadapi biaya kontrak dan biaya pengawasan yang rendah cenderung akan melaporkan laba lebih rendah atau dengan kata lain akan mengeluarkan biaya-biaya untuk kepentingan manajemen. Biaya yang salah satunya dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata masyarakat adalah biaya-biaya yang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Hubungan keagenan menyatakan, terdapat 3 faktor yang mempengaruhi yaitu biaya pengawasan (*monitoring costs*), biaya kontrak (*contracting costs*), dan visibilitas politis. Perusahaan yang menghadapi biaya pengawasan dan kontrak yang tinggi cenderung akan memilih metode akuntansi yang dapat meningkatkan laba yang dilaporkan, dan perusahaan yang menghadapi visibilitas politis yang tinggi cenderung akan memilih metode dan teknik akuntansi yang dapat melaporkan laba menjadi lebih rendah.

2.2.2 Corporate Social Responsibility Disclosure

Corporate Social responsibility adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memerhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis sosial, dan

lingkungan (Hendrik, 2008:1). Hendriksen pada Lisna (2010) mendefinisikan pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyediaan sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian optimal pasar modal secara efisien. *Corporate Social Responsibility Disclosure* adalah proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Eddy, 2005).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dulu dilakukan secara sukarela (*discretionary business practice*) yang berarti lebih banyak berasal dari inisiatif perusahaan dan bukan merupakan aktivitas yang dituntut untuk dilakukan perusahaan peraturan perundang undangan yang berlaku di Negara Republik Indonesia. Saat ini pelaksanaan CSR bukan lagi merupakan *discretionary business practice*, melainkan pelaksanaannya sudah diatur oleh Undang Undang atau bersifat mandatory (Ismail, 2008:161). Perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang sumber daya alam atau berkaitan dengan sumber daya alam, diwajibkan untuk melaksanakan CSR sebagaimana diatur dalam Undang Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 47 (Ismail, 2008 : 161). Hal ini sesuai dengan pasal 74 ayat (1) Undang Undang Perseroan Terbatas yang menyatakan :

“Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab social dan lingkungan.” (Hendrik, 2008 : 6)

Seiring dengan diwajibkannya pelaporan tanggung jawab sosial pada perseroan yang menjalankan kegiatan usaha di bidang sumber daya alam maka perusahaan

harus menganggarkan dana untuk keperluan kegiatan program sosial dan lingkungan. Hal tersebut juga dicantumkan dalam pasal 74 UU no.40 tahun 2007 ayat 2, menyatakan :

“Tanggung jawab sosial dan lingkungan itu merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran”

The green paper membagi CSR yang dilakukan perusahaan ke dalam dua kategori, yaitu :

1. *Internal dimension of CSR* (mencakup manajemen sumber daya manusia, kesehatan dan keselamatan kerja, adaptasi terhadap perubahan dan pengelolaan dampak lingkungan, serta sumber daya alam.
2. *External dimension of CSR* (mencakup pemberdayaan komunitas lokal, partner usaha yang mencakup para pemasok dan konsumen, hak asasi manusia, dan permasalahan lingkungan global).

Basis CSR adalah *Corporate Code of Conduct*, maka menjadi suatu kebutuhan diperlukannya rambu rambu etika bisnis, agar tercipta praktik bisnis yang beretika (Hendrik, 2008:23). Laporan tanggungjawab sosial merupakan laporan aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan perusahaan baik berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan (Noorhadi, 2011 : 206). Laporan ini menjadi bagian yang tak terpisahkan dari laporan tahunan suatu perusahaan. Saat ini penyusunan *sustainability report* perusahaan lebih banyak mengacu kepada pedoman penyusunan *sustainability report* dalam *Global Reporting Initiative* (GRI).

Dalam Sofyan Safri Harahap (2007:395) hal hal yang diungkapkan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yaitu :

a. Lingkungan :

- Polusi
- Pencegahan kerusakan lingkungan, konservasi sumber sumber alam, dan lain-lain

b. Energi :

- Konservasi energy
- Penghematan dan lain lain

c. Praktik usaha yang fair

- Merekrut pegawai dari minoritas dan peningkatan kemampuannya
- Penggunaan tenaga wanita sebagai karyawan
- Pembukaan unit usaha di luar negeri

d. Sumber tenaga manusia

- Kesehatan dan kemandirian pegawai
- Training dan lain lain

e. Keterlibatan terhadap masyarakat

- Kegiatan masyarakat sekitar
- Bantuan kesehatan
- Pendidikan
- Seni dan lain lain

f. Produksi

- Keamanan produksi

- Mengurangi polusi
- Keracunan, dan lain lain

2.2.3 Faktor - faktor yang mempengaruhi CSR Disclosure

1. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besarnya aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki oleh perusahaan maka akan semakin besar ukuran perusahaan tersebut. Pendapat yang berbeda diungkapkan oleh penelitian terdahulu, ukuran perusahaan dapat diukur oleh jumlah karyawan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut (Eddy, 2005). Lisna Untari (2010) menyatakan bahwa ukuran perusahaan dapat diukur menggunakan total assets, penjualan atau ekuitas.

Jika jumlah aset, penjualan atau ekuitas tersebut besar, maka logaritma terhadap jumlah tersebut digunakan untuk tujuan penelitian. Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut jumlah tenaga kerja.

2. Tingkat profitabilitas

Profitabilitas perusahaan merupakan indikator pengelolaan manajemen perusahaan yang baik, sehingga manajemen akan cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi ketika ada peningkatan profitabilitas perusahaan (Luciana, 2011). Hal ini mengindikasikan bahwa profitabilitas perusahaan adalah merupakan indikator pengelolaan manajemen perusahaan yang

baik sehingga manajemen akan cenderung mengungkapkan lebih banyak informasi ketika ada peningkatan profitabilitas perusahaan (Luciana, 2011).

Profit margin melaporkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari tingkat penjualan tertentu. Profit margin bisa diinterpretasikan sebagai tingkat efisiensi perusahaan, yakni sejauh mana kemampuan perusahaan menekan biaya yang ada di perusahaan (Mamduh, 2007 : 161). Lisna Untari (2010) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Keuntungan yang rendah merupakan kabar buruk untuk perusahaan dan investor, karena itu perusahaan akan terdorong untuk melaporkan CSR karena hal tersebut merupakan salah satu nilai plus di mata investor.

3. *Leverage*

Leverage merupakan rasio untuk mengukur besarnya aktiva yang dibiayai oleh utang atau proporsi total utang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi mempunyai kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas.

Ketergantungan perusahaan terhadap hutang dalam membiayai kegiatan operasinya tercermin dalam tingkat *leverage*. *Leverage* ini juga dengan demikian mencerminkan tingkat resiko keuangan perusahaan. Berdasarkan teori agensi, tingkat *leverage* mempunyai pengaruh negatif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang

tinggi cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadi sorotan dari para *debtholders* (Eddy, 2005).

4. Ukuran Dewan Komisaris

Eddy (2005) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Pengawasan yang efektif akan menimbulkan tekanan bagi manajemen untuk mengungkap CSR.

Dewan komisaris adalah salah satu mekanisme yang banyak dipakai untuk memonitor manajer (Agung, 2012). Dewan Komisaris yang terdiri dari *inside* dan *outside director* akan memiliki akses informasi khusus berharga yang dapat membantu dewan komisaris dan menjadikannya sebagai alat efektif dalam keputusan pengendalian (Dewi, 2012).

5. Umur Perusahaan

Umur perusahaan dapat menunjukkan kemampuan dalam mengatasi kesulitan dan hambatan yang dapat mengancam kehidupan perusahaan, serta menunjukkan kemampuan perusahaan mengambil kesempatan dalam lingkungannya untuk mengembangkan usaha (Lisna, 2010). Perusahaan yang semakin tua akan mengerti hal – hal yang harus diungkapkan pada laporan tahunan. Perusahaan yang semakin lama berdiri berdiri kian menunjukkan eksistensinya dalam lingkungannya dan makin bisa meningkatkan kepercayaan investor (Lisna, 2010).

6. Kepemilikan Manajerial

Tingkat kepemilikan manajerial yang semakin tinggi akan meningkatkan tingkat pengawasan terhadap manajemen. Pengungkapan CSR adalah salah satu aktivitas perusahaan yang dimonitor oleh pemilik saham institusi. Manajer akan berusaha untuk memaksimalkan kepentingan dirinya dibandingkan kepentingan perusahaan ketika kepemilikan manajer lebih sedikit dibanding pemilik perusahaan. Sebaliknya semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan pengawasan menjadi rendah (Anggaraini, 2006).

7. Profil Industri

Tipe industri yang lebih tinggi (*high-profile*) lebih banyak mengungkapkan kegiatan sosial perusahaan dibandingkan tipe perusahaan yang lebih rendah (*low-profile*). Penelitian yang berkaitan dengan *profile* perusahaan kebanyakan mendukung bahwa industri *high-profile* mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosialnya lebih banyak dari industri *low-profile* (Eddy, 2005).

Penelitian yang dilakukan sebelumnya mengelompokkan profil industry secara subjektif. Penelitian yang dilakukan oleh Reni, 2006 mengelompokkan industri konstruksi, pertambangan, pertanian, kehutanan, perikanan, kimia, otomotif, barang konsumsi, makanan dan minuman, kertas, farmasi dan plastik sebagai industri yang *high-profile*. Reni (2006) yang menyatakan bahwa industri

yang *high-profile* yaitu industri yang memiliki visibilitas konsumen, risiko politis yang tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi akan cenderung mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak dibandingkan industri yang *low-profile*. Perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam industri yang *high-profile* lebih banyak diawasi oleh pemerintah dibandingkan perusahaan yang termasuk dalam industri yang *low profile*.

2.2.4 Pengaruh antara Ukuran Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Ukuran perusahaan yang semakin besar, semakin banyak pula informasi yang terkandung di dalamnya. Pihak manajemen harus mengolah informasi tersebut dengan baik untuk dilaporkan pada pihak yang berkepentingan. Jika pihak manajemen tidak bersedia mengolah informasi tersebut dengan baik, maka laporan keuangan yang dihasilkan tidak akan bisa mencerminkan keadaan dari kondisi perusahaan (Luciana, 2011).

Hal ini dikaitkan dengan teori agensi, dimana perusahaan besar yang memiliki biaya keagenan yang lebih besar akan mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut (Eddy, 2005). Semua biaya yang terkait dengan perusahaan termasuk biaya yang diperlukan untuk kegiatan CSR akan dicatat dan diungkapkan pada laporan keuangan sehingga dapat mengurangi kecurangan yang ada.

2.2.5 Pengaruh antara Tingkat Profitabilitas dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Eddy (2005) menyatakan bahwa salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan.

Tingkat profitabilitas yang rendah, CSR harus dilaporkan agar dapat menjadi good news untuk investor. Penelitian Reni (2006) tidak berhasil membuktikan profitabilitas terhadap kebijakan pengungkapan informasi sosial oleh perusahaan. Hasil yang sama juga diperoleh oleh Bambang Sudaryono (2007) yang tidak berhasil membuktikan pengaruh profitabilitas terhadap kebijakan pengungkapan informasi sosial oleh perusahaan. Hal ini bertentangan dengan penelitian Lisna Untari (2010) menunjukkan bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas tinggi akan mengungkapkan informasi CSR yang telah dilakukan. Hal ini dikarenakan persepsi atau anggapan bahwa aktivitas CSR bukanlah aktivitas yang merugikan dan tidak bermanfaat bagi keberlangsungan perusahaan. Aktivitas CSR merupakan langkah strategis jangka panjang yang akan memberikan efek positif bagi perusahaan.

2.2.6 Pengaruh antara *Leverage* dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi semakin besar kemungkinan perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi. Supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya – biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan informasi sosial) dan juga rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi tambahan informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak – hak mereka sebagai kreditur (Bambang, 2007).

Kondisi *leverage* perusahaan jika dikaitkan dengan teori agensi maka manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial yang dibuatnya agar tidak menjadisorotan dari para *debtholders* (Eddy ,2005). Beberapa penelitian yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility Disclosure* adalah Reni (2006), Bambang Sudaryono (2007) dan Agung dan Febriana (2012).

2.2.7 Pengaruh antara Dewan Komisaris Dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Berkaitan dengan ukuran dewan komisaris, dalam Eddy (2005) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan

semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Perusahaan yang melakukan pengawasan yang semakin kuat maka, perusahaan akan mengungkapkan informasi sebanyak banyaknya termasuk *Corporate Social Responsibility Disclosure*.

Hal yang berbeda diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Agung Suaryana dan Febriana (2012), ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Hasil penelitian ini menemukan ketidak efektifan dewan komisaris dalam menekan manajemen perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

2.2.8 Pengaruh antara Umur Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Perusahaan yang dapat bertahan lama salah satunya disebabkan oleh terpenuhinya tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan. Menurut penelitian sebelumnya umur perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap CSR Disclosure karena semakin tua umur perusahaan maka perusahaan tersebut semakin mengetahui hal hal yang harus diungkapkan pada laporan tahunan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Bambang Sudaryono (2007) yang menyatakan bahwa perusahaan yang telah lama melakukan usaha cenderung akan mengungkapkan informasi sosial perusahaan lebih banyak daripada perusahaan yang baru beroperasi.

2.2.9 Pengaruh antara Kepemilikan Manajerial Dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Reni (2006) menyatakan bahwa semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan, manajer perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan informasi sosial. Hal ini mendukung teori keagenan, yaitu bahwa semakin banyak kepemilikan manajemen di dalam perusahaan, manajemen akan semakin banyak melakukan kegiatan produktif yang dapat meningkatkan *image* perusahaan. Salah satu hal yang digunakan manajer untuk memaksimalkan nilai perusahaan adalah dengan mengungkapkan laporan tentang tanggung jawab sosial perusahaan. Hal tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan di mata masyarakat.

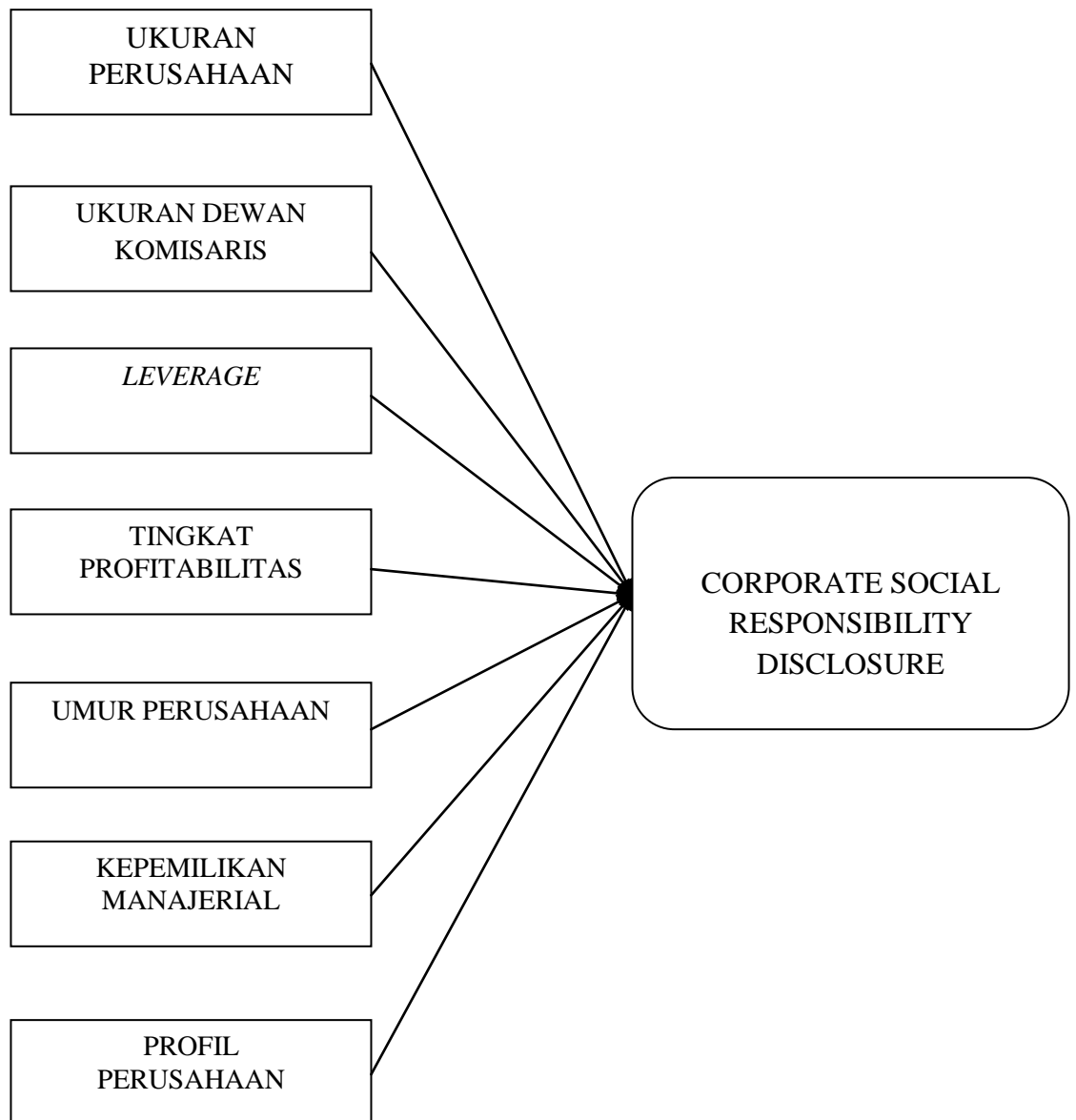
Hasil penelitian yang berbeda dilakukan oleh Agung dan Febriana (2012), kepemilikan manajerial tidak berpengaruh secara signifikan pada pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa ada atau tidaknya kepemilikan manajerial tidak akan mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility*.

2.2.10 Pengaruh antara Profil Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Tipe perusahaan yang lebih tinggi (*high-profile*) lebih banyak mengungkapkan kegiatan sosial perusahaan dibandingkan tipe perusahaan yang lebih rendah (*low-profile*). Penelitian yang berkaitan dengan *profile* perusahaan kebanyakan mendukung bahwa industri *high-profile* mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosialnya lebih banyak dari industri *low-profile* (Eddy,

2005). Hal ini juga didukung oleh penelitian Reni (2006) yang menyatakan bahwa industri yang *high-profile* yaitu industri yang memiliki visibilitas konsumen, risiko politis yang tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi akan cenderung mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak dibandingkan industri yang *low-profile*. Perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam industri yang *high-profile* lebih banyak diawasi oleh pemerintah dibandingkan perusahaan yang termasuk dalam industri yang *low profile*.

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran

2.4 **Hipotesis**

H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *CSR Disclosure*

H2 : Tingkat profitabilitas berpengaruh terhadap *CSR Disclosure*

H3 : Leverage berpengaruh terhadap *CSR Disclosure*

H4 : Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh terhadap *CSR Disclosure*

H5 : Umur perusahaan berpengaruh terhadap *CSR Disclosure*

H6 : Kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap *CSR Disclosure*

H7 : Profil perusahaan berpengaruh terhadap *CSR Disclosure*